

Seminarie streekvisie Meetjesland
Eeklo, vrijdag 21 april 2006



Meetjesland 2020
Een plan met toekomst

Agenda

- 12u00 Welkom
- 13u20 Toelichting proces streekvisie, Bart Van Herck
- 13u35 Het regio-kapitaal in kaart gebracht: 'Het Ster-model', Els Oyaert
- 14u00 Vijf kernuitdagingen voor het Meetjesland, Johan Carton
- 14u20 Discussie in drie werkgroepen
- 15u20 Reflectie van een expert : Peter Cabus, Sociaal-Economische Raad Vlaanderen en KU Leuven
- Reflectie vanuit een andere regio : Roel Verstraeten, Strategisch Plan Kempen
- 16u00 Verslag van de werkgroepen, conclusies
- 16u45 Einde, afsluitende drink

MEETJESLAND 2020, EEN PLAN VOOR DE TOEKOMST

Werkdocument voor discussie op 21/4/2006

De centrale vragen, eerder geformuleerd:

- Hoe willen we dat de regio er uit ziet binnen 15 jaar?
- Rond welke belangrijke activiteiten, waarden, competenties, bouwen we de toekomst van de regio?

In een verdere reflectie meent de toekomstgroep dat we moeten antwoord geven op volgende vragen:

- Hoe organiseren we de belangrijke activiteiten in de regio: wonen, werk, zorg en ontspanning; **ACTIVITEITEN**
- Hoe willen we de ruimte inrichten? **RUIMTE EN INFRASTRUCTUUR**
- Welke relatie onderhouden we met onze omgeving? **EXTERNE OMGEVING**
- Hoe kunnen we het menselijk kapitaal in onze regio maximaal benutten en verder ontwikkelen? **MENSELIJK KAPITAAL**
- Welke uitstraling willen we geven aan de regio? **UITSTRALING - IMAGO**

Vanuit de SWOT-analyse en de bespreking kwamen volgende voorlopige antwoorden naar boven. Noem het vijf kernuitdagingen voor de lange termijnstrategie.

1 **Opportunities aangrijpen binnen onze snel veranderende economie**

Het economisch landschap wijzigt bijzonder snel. Belangrijk is dat het Meetjesland de transitie weet te maken van een sterk agrarische- en industriële economie naar de kennis- en diensteconomie.

- Landbouw: inspelen op nieuwe ontwikkelingen als schaalvergroting, nieuwe teelten, specialisatie en kwaliteitsverbetering, diversificatie en aanvullende inkomensvorming (hoeveproducten, toerisme, natuur- en landschapsbeheer).;
- Kenniseconomie introduceren op het platteland, nu vooral een zaak van de stedelijke gebieden;
- Markt van vrije tijd en ontspanning groeit sterk;
- Markt van zorg en wellness groeit (healthcare en wealthcare), gelet op de ouder wordende bevolking.

2 **Inzetten op een kwaliteitsvolle ruimte**

De rust, de open ruimte en de gezonde leefomgeving worden als bijzondere troef ervaren door de bewoners. Er is de wens om die kost wat kost te vrijwaren en te gaan versterken.

Uitdagingen:

- ⇒ Vrijwaren van de open ruimte in een regio waar behoefte is aan (ver)nieuwbouw (gezinsverdunding, ...) en bijkomende ruimte voor economie (voorraad bedrijventerreinen uitgeput, aantal m² per arbeidsplaats stijgt, ...). Hoe doe je dat? Het percentage open ruimte vergrendelen (toekomstplan Kempen)? Bepaalde gebieden afbakenen? ...
- ⇒ Kwaliteitsvol omgaan met de ruimte betekent: meer aandacht voor (landschaps)architectuur, beeldkwaliteit, ... Dit is een medeverantwoordelijkheid van bewoners, ondernemers, besturen, ... maar hoe realiseer je dat in de praktijk?

Interessante case in dit verband: kwaliteitskamer West-Vlaanderen

De Provinciale Kwaliteitskamer in West-Vlaanderen wil de kwaliteit van publieke investeringen (marktpleinen, doortochten enz.) bevorderen en lokale besturen daarin begeleiden. In deze kwaliteitskamer zetelen, onder het voorzitterschap van bOb Van Reeth, deskundigen op het vlak van (landschaps)architectuur, stedenbouw, toegankelijkheid, begeleiding van gemeenten enz. Vooral projecten die een grote impact hebben op het uitzicht van dorpen of op het omliggende landschap komen in beeld. De Kwaliteitskamer begeleidde al heel wat projecten zoals de dorpsontmoetingspunten van het gemeentebestuur Heuvelland, de dorpskernvernieuwing van Westrozebeke (Staden), de bouw van het dorpscentrum in Jonkershove (Houthulst), de onthaalinfrastructuur nabij Tyne Cot Cemetery (Zonnebeke), de renovatie van het schoolgebouw De Poortefranck tot multifunctionele dorpszaal (Ruiselede) en nog vele andere.

3 Actieve partnerschappen aangaan met de omgeving

Het Meetjesland heeft als open ruimte regio iets te bieden aan zijn omgeving, maar het heeft vooral veel te krijgen.

De ontwikkeling van het Meetjesland is volgens de toekomstgroep gebaat bij meer interactie met de omgevende stedelijke gebieden. Concreet kan dat betekenen:

- ⇒ Organiseren van een optimale mobiliteit naar Gent en de andere omringende stedelijke gebieden (in functie van werk, gespecialiseerde verzorging, onderwijs, cultuur, ...);
- ⇒ Samenwerking met kenniscentra (universiteiten en hogescholen) om innovatie te stimuleren
- ⇒ Samenwerking met cultuurhuizen uit Gent, Brugge, ...
- ⇒ Samenwerken met de stedelijke gebieden om stadstoeristen naar het platteland toe te leiden;
- ⇒ Samenwerking met Zeeuws-Vlaanderen m.b.t. grensgegeven, landschap en zachte recreatie en toerisme (cfr. vroeger concept "grensoverschrijdende dorpenring" van prof. Allaert)

4 Investeren in mensen en samenwerking

Mensen maken het verschil. Het talent in de regio bepaalt zijn succes.

- Gebruik maken van en investeren in menselijke competenties:
 - Leeromgeving creëren, vorming stimuleren
 - Ondernemingszin en Innovatie bij ondernemers stimuleren
 - De competenties van politici en hogere ambtenaren bevorderen (de vaardigheden om in te spelen op verandering, planningscapaciteit, ...)
- Bundelen van krachten - samenwerking
Meetjeslandse besturen (en actoren) moeten hun kleinschaligheid compenseren d.m.v. samenwerking en taakafspraken. Bestuurskracht verhogen d.m.v. vrijwillige samenwerking.
Door middel van samenwerking zal de regio ook op hogere bestuursniveaus zijn belangen beter kunnen verdedigen.
- Sociale cohesie
Ook de sociale component is belangrijk: het sociaal contact bevorderen, de gemeenschapszin stimuleren, het vrijwilligerswerk en het verenigingsleven in stad houden.

Leestips:

In een recente studie rond plattelandsontwikkeling in Europa (TERLUIN, 2003) kwam volgende conclusie naar voor: "de verschillen in economische ontwikkeling lijken vooral samen te hangen met de mate van mobilisatie en organisatie van de lokale actoren. Globaal genomen worden de

succesvolle regio's gekenmerkt door een ontwikkelingsproces waarbij de lokale actoren enerzijds de **capaciteit bezitten** om de sterke en zwakke punten, de kansen van hun regio te identificeren en daarop in te spelen en anderzijds **in staat zijn om samen te werken** in interne en externe netwerken om zo hun ontwikkelingskansen uit te voeren"¹

Advies 3-2002 van de Hoge Raad voor Binnenlands Bestuur over "het nut van het instrument van de fusie in het kader van de versterking van de bestuurskracht van de gemeenten".

Zie: http://binnenland.vlaanderen.be/HRBB/adviezen/adviezen/2002/advies_3-2002_fusies.doc

5 Meer uitstraling geven aan de regio

Gemeenten en regio's staan meer en meer onder concurrentiedruk. Zonder een actieve regiomarketing slaagt men er niet langer in z'n aantrekkingskracht te behouden op inwoners, bedrijven of recreanten. Zonder regiomarketing boert de regio achteruit.

- De toekomstgroep meent dat het Meetjesland een positief imago moet bewerken naar eigen inwoners en naar buitenuit. Op dit moment is dit imago eerder zwak tot negatief (boerenbuiten, achtergesteld).
- Vraag is vanzelfsprekend op welke elementen die communicatie wordt toegespitst. De toekomstgroep vindt alvast volgende punten belangrijk:
 - o de landelijke kwaliteiten (rust, open ruimte, gezonde leefomgeving) in de focus plaatsen;
 - o een eigentijds imago, waarbij de regio inspeelt op nieuwe technologische en maatschappelijke ontwikkelingen.

Interessante case: regiomarketingplan provincie West-Vlaanderen

Interessant flankerend project: Regional Branding

In het verlengde van het proces herwerking streekvisie werd binnen Leader+ Meetjesland een samenwerkingsproject met West Cork (Ierland) opgestart, genaamd "Van de regio een merk maken" of ook "Regional Branding".

Bedoeling is door middel van beeldtaal de kwaliteiten en (gewenste) identiteit van de regio beter te communiceren. Enerzijds via de ontwikkeling of het gebruik van een merk (met baseline), anderzijds via het aanleggen van een databank van beelden die uitdrukking geven aan de ambitie van de regio.

¹ TERLUIN I.J. (2003), werkgelegenheidsdynamiek in rurale regio's in de EU. In: BOEKEMA F., VAN BRUSSEL J., Theoretische en empirische aspecten van plattelandsvernieuwing. RSA publicatie, Shaker Publishing, Maastricht, 2003, p.53-73.

Seminarie Streekvisie 21 april, Eeklo
Verslag van de werkgroepen

Werkgroep 1 – Moderator Bart Van Herck

- ⇒ Bedenking bij de SWOT: worden bereikbaarheid en mobiliteit niet te positief ingeschat? Interne mobiliteit en openbaar vervoer zijn toch niet zo best.
- ⇒ Missen we iets in de vijf uitdagingen?
 - Er gaat in de uitdagingen geen aandacht naar de kansengroepen, terwijl sommige mensen (bv. kliniek) toch een verpaupering zien, toenemend druggebruik, lage inkomensgroepen die vanuit de stad naar 'den duiten' worden verdrongen. Aan deze mensen moeten oplossingen worden aangereikt, vooraleer er zware maatschappelijke problemen ontstaan. Zesde uitdaging?
 - Mobiliteit komt niet rechtstreeks aan de orde
 - Voeding ontbreekt als belangrijke sector en uithangbord. Kan eventueel gelinkt worden aan punt 1 ontwikkeling kenniseconomie?
- ⇒ Wat kan er worden verrijnd in de beschrijving van de vijf uitdagingen?
 - Erik Hennes merkt op dat we niet moeten proberen toeristen uit de steden naar het Meetjesland te halen (werkt niet), maar dat we eerder moeten proberen toeristen naar het Meetjesland te brengen, vanuit zijn goede ligging tussen de cultuursteden.
 - Bij ruimtelijke kwaliteit moet duidelijker worden gesteld dat het niet alleen over de open ruimte gaat, maar evenzeer over de kwaliteit van dorpskernen, stedelijke gebieden, e.d.
 - Gelet op de internationalisering bieden ook zakenlogies meer mogelijkheden voor het Meetjesland.
 - Inzetten op kwaliteitsvolle ruimte *en cultuurlandschappen*
- ⇒ Prioriteiten binnen de uitdagingen?

Op de vraag welke pijler de meeste prioriteit moet krijgen, volgende antwoorden:

 - Ruimte (heel uitgesproken): is een troef, maar de kwaliteit moet verder omhoog (o.a. trage wegen wordt genoemd). In het noorden moet sterker met Zeeuws-Vlaanderen worden samengewerkt, daarnaast is landbouw een heel belangrijke partner (NL heeft al meer ervaring rond samenwerking met landbouw omtrent ruimte en landschapsbeheer).
 - In tweede orde wordt ook communicatie/uitstraling genoemd. Het voorbeeld wordt gegeven hoe bv. Stille Water of Flikken een regio of stad meer onder de aandacht brengt met positieve gevolgen.
- ⇒ Er wordt gediscussieerd hoe het vrijwaren van de open ruimte kan gecombineerd worden met de noodzaak aan bijkomende woonkavels en industriegebieden.

Antwoorden uit de groep: inbreiding, planning, inzetten op kwaliteit (landschap- en groenarchitectuur op industriezones, ...)

Werkgroep 2 – Moderator Jacques De Rijcke

Bij de uitdagingen stelde de werkgroep volgende prioriteiten voorop:

1) Voorrang aan Kwaliteitsvolle ruimte

- Ondersteuning kan hier komen van de toekomstige Kwaliteitskamer Oost-Vlaanderen van de Provincie

- Klemtoon leggen op dorpskernen met eigen karakter; kan groeien uit samenwerking met provincie, overheid(top-down) met respect voor autonomie en eigenheid van streek, stad en dorp(bottom up); werken met lokale groepen is hier zeker wenselijk

2) Inspelen op plattelandstoerisme in de breedste zin; er wordt hier o.m. gedacht aan fietspaden (bij voorkeur geïnspireerd door de aanpak bij onze noorderburen), kampeermogelijkheden met o.m. mobilhomes, watertoerisme...

Zulks vraagt wel meer financiële middelen.

3) Bundelen van krachten tussen de gemeenten naar het Meetjesland toe is een must; alleen dan gaan we overleven. Positief is wel dat nu reeds in vele gemeenten van het Meetjesland het streekgevoel groeit. Naar een positief Meetjesland imago werken vraagt hoe dan ook onderzoek naar de perceptie bij de burger (in eerste orde Meetjeslander) en hierbij aansluitend actie naar imago opbouw en communicatie toe.

4) Landbouw zal morgen er ook nog zijn maar dan met meer toegevoegde waarde; sluit aan bij het concept "landbouw als natuurbeheerder".

5) Actief partnership aangaan met de omgeving is voor de werkgroep een vanzelfsprekendheid.

6) Infrastructuur optimaliseren is ook noodzakelijk; maar men moet niet alles willen; schaalgrootte moet kloppen met regio grootte, men mag niet megalomaan gaan doen.

7) Naar investeren in mensen en naar kenniseconomie toe werd gesteld dat zeker een verschraving in het secundair onderwijs moet vermeden worden en stelde iemand dat er weinig geloof is in kenniscentra in het meetjesland.

8) Samengevat moet men meer geloven in de eigen sterkten en ze nog versterken!

Werkgroep 3 – Moderator Johan Carton

- ⇒ Vraag om ook bewoners te betrekken in het proces herwerking streekvisie
- ⇒ Met betrekking tot communicatie, imago, regiogevoel
 - Moet eerst intern aangepakt worden, dan pas extern. Identificatie van bewoners met ML is te beperkt. Het gegeven 'Meetjesland' is trouwens nog zeer recent (10-20 jaar)
 - Inzetten op een aantal grote projecten, die toonaangevend zijn en makkelijk communiceren
- ⇒ Met betrekking tot regionale samenwerking
 - Er is al een hele weg afgelegd o.a. onder impuls van het Streekplatform+ en andere regionale organisaties, 20 jaar geleden was er niets;
 - Niettemin zijn er nog heel wat verbeterpunten. Laat ons nadenken hoe we de regionale samenwerking in de toekomst verder kunnen organiseren: naar efficiëntie, met minder Europese middelen?
 - Taakafspraken maken ook tussen besturen bv. (bedrijventerreinen)
- ⇒ Plattelandstoerisme uitbouwen, focussen op zakenmensen. Deze verblijven een typisch uitzicht van de regio geven, kwalitatieve aanpak (vgl typisch geschilderde schuren in Canada).
- ⇒ Ruimte wordt terecht als prioriteit naar voor geschoven. Vraag naar een ruimtelijke planning met visie.